



UNIVERSIDAD
CONTEMPORÁNEA
DE LAS AMÉRICAS

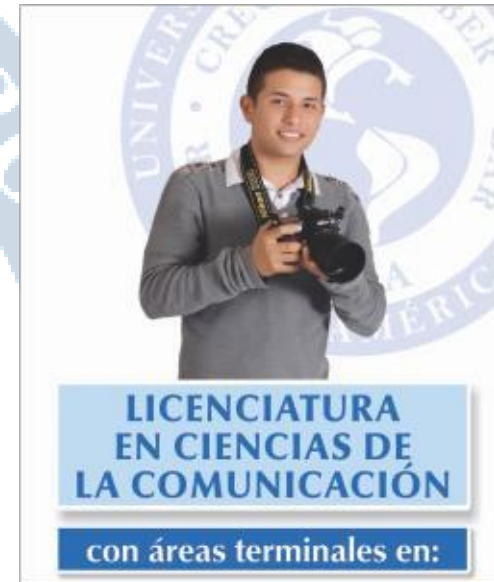
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CONOCE TU CARRERA

Duración de la Licenciatura:

3 años, divididos en 9 cuatrimestres

Las áreas terminales se cursan durante los últimos 3 cuatrimestres



La Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Cuenta Con Áreas Terminales en:

Comunicación Política
Comunicación Organizacional
Periodismo Deportivo
Mercadotecnia
Imagen Pública

The background features a large, light blue watermark of the seal of the University of the Americas. The seal is circular and contains the text 'UNIVERSIDAD CONTEMPORÁNEA' at the top, 'DAR • SABER • CRECER' in the middle, and 'LAS AMÉRICAS' at the bottom. In the center of the seal is a stylized figure of a person with arms raised, holding a torch or staff.

Perfil de Ingreso:

El aspirante a la licenciatura en Ciencias de la Comunicación de esta universidad debe tener suficiencia oral y escrita, gusto por la lectura, afición por la escritura, destreza en el manejo de tecnologías, habilidades sociales básicas e interés en los medios impresos y audiovisuales de comunicación y tendrá que reunir los siguientes requisitos:

- Contar con Bachillerato o su equivalente.
- Interés manifiesto por terminar y ejercer la carrera profesional del área.
- Compromiso con los valores e ideales de la UCLA y el desarrollo social.
- Contar con capacidad de: Comunicación, resolución de problemas, organización, adaptación y razonamiento lógico.
- Habilidades para: trabajar en equipo, crear e innovar y manejo de la tecnología.
- Ser una persona confiable, ética, tolerante y discreta.
- Conocimientos mínimos requeridos de: ciencias sociales, humanidades y medios audiovisuales de comunicación

Perfil de Egreso:

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación podrá diseñar, gestionar, aplicar, coordinar y evaluar proyectos comunicativos en distintos formatos y géneros, aplicando herramientas, conocimientos teóricos y técnicos mediante el dominio del lenguaje oral, escrito y audiovisual desarrollando así competencias creativas y culturales que le permitan mejorar los procesos de comunicación con un gran sentido ético y responsabilidad social.

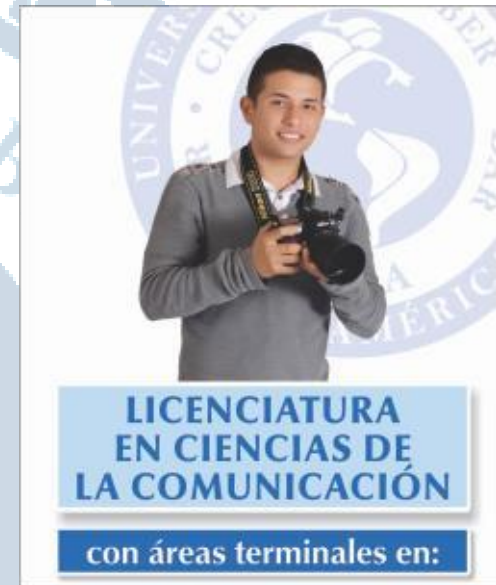
Objetivos Generales del Plan de Estudios:

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Contemporánea De Las Américas será un profesional responsable, con un actuar fundamentado en el conocimiento teórico y práctico de los métodos, así como el uso de técnicas, procedimientos, tecnologías y herramientas para el manejo adecuado de los procesos de la comunicación y un uso del lenguaje y la información con sentido de la responsabilidad y ética, así como los procesos de estructura, funcionamiento y gestión de la comunicación que impacte en la sociedad. Asimismo será especialista del área terminal que elija.

Requisitos de Admisión:

- Acta de nacimiento actualizada (en original y dos copias)
- Certificado de secundaria (en original y dos copias)
- Certificado de bachillerato (en original y dos copias)
- Tres fotografías tamaño infantil (en blanco y negro)
- Carta de aceptación (se entrega después de aplicar el examen de admisión)
- CURP

PLAN DE ESTUDIOS CIENCIAS DE LA COMUNICACION



1	2	3
<ul style="list-style-type: none"> • Métodos de estudio • Sociedad y globalización • Introducción a la comunicación • Taller de medios I • Comunicación y TIC • Histórica mundial contemporánea 	<ul style="list-style-type: none"> • Lingüística • Taller de expresión oral • Axiología de la comunicación • Taller de medios II • Estudios comparativos de la comunicación • Historia de México contemporánea 	<ul style="list-style-type: none"> • Semiótica • Taller de expresión escrita • Sociología • Diseño gráfico • Teorías de la comunicación • Legislación de medios de comunicación
4	5	6
<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad y mercadotecnia 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Administración de proyectos

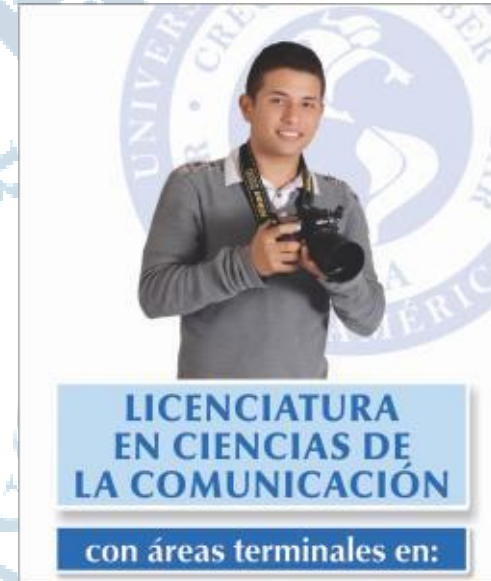
<ul style="list-style-type: none"> • Taller de guionismo para medios • Comunicación educativa • Diseño editorial • Opinión pública • Taller de fotografía 	<ul style="list-style-type: none"> • Taller de locución y conducción • Periodismo • Diseño web • Taller de audio y video • Fotografía corporativa y publicitaria 	<ul style="list-style-type: none"> • mediáticos • Producción de radio • Taller de periodismo digital • Taller de animación • Producción de televisión • Investigación en comunicación
7	8	9
<ul style="list-style-type: none"> • Derechos de autor • Comunicación política • Derecho a la información • Estadística • ÁREA TERMINAL 	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas profesionales I • Seminario de investigación I • ÁREA TERMINAL 	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas profesionales II • Seminario de investigación II • ÁREA TERMINAL



AREAS TERMINALES DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PERIODISMO DEPORTIVO

Su formación le permite organizar y planificar recursos técnicos y humanos dentro de medios de comunicación gráficos, radiales, televisivos y virtuales, además de intervenir en instituciones deportivas mediante la generación de políticas de comunicación y relaciones públicas.



Mapa Curricular Específico de Periodismo Deportivo:

7	8	9
<ul style="list-style-type: none">• Historia del deporte• Industria del deporte	<ul style="list-style-type: none">• Legislación en los deportes• Géneros del periodismo deportivo• Redacción y estilo deportivo• Taller de narración deportiva	<ul style="list-style-type: none">• Análisis deportivo• Periodismo radiofónico• Periodismo televisivo• Fotografía deportiva

MERCADOTECNIA

Son capaces de aplicar la creatividad y capacidad analítica, así como de detectar oportunamente las necesidades de toda clase de mercados, desarrollando una personalidad innovadora para transformar la información en iniciativas de valor, a través de la comunicación, el manejo de medios y el marketing.

Mapa Curricular Específico de Mercadotecnia:

7	8	9
<ul style="list-style-type: none">• Investigación de mercados• Promoción en la mercadotecnia	<ul style="list-style-type: none">• Comportamiento del consumidor y ciclo de vida del producto• Mercadotecnia social• Mercadotecnia estratégica• Técnicas y estrategias de venta	<ul style="list-style-type: none">• E-Marketing• Neuromarketing• Social media• Community manage

IMAGEN PÚBLICA

Los egresados del área terminal en Imagen Pública serán capaces de generar políticas, estrategias y líneas de acción encaminadas a resaltar la imagen pública de las organizaciones, así como fortalecer su comunicación interna y externa con el propósito de hacerlas más competitivas.

Mapa Curricular Específico de Imagen Pública:

7	8	9
<ul style="list-style-type: none"> • Branding personal e imagen interna • Desarrollo psicológico de la imagen pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética e imagen pública • Semiótica de la imagen • Liderazgo • Relaciones públicas 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo mercadológico • Consultoría profesional en el desarrollo de la imagen • Opinión pública y persuasión de la imagen de los medios • Protocolo y organización de eventos públicos

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La terminal en Comunicación Organizacional te permitirá desarrollarte en diferentes organizaciones tales como son las empresas, fundaciones, municipios, hospitales, entre otras que requieren contar con expertos en comunicación y relaciones públicas para mejorar la calidad de comunicación, generar mayor productividad, optimizar recursos y potencializar su imagen en el mercado.

Mapa Curricular Específico de Comunicación Organizacional:

7	8	9
<ul style="list-style-type: none"> • Taller de habilidades interpersonales • Cultura organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Imagen corporativa • Los medios de comunicación en la organización • Relaciones públicas • Investigación en la organización 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinámica de grupos • Teorías de las organizaciones • Desarrollo organizacional • Taller de comunicación efectiva

COMUNICACIÓN POLÍTICA

La terminal en Comunicación Política prepara comunicadores analíticos, creativos e interpretadores de las áreas políticas, sociales, humanas y de la comunicación desarrollando en éstos, competencias y habilidades orientadas al planteamiento y la solución de problemas relacionados con los nuevos y complejos vínculos producidos entre los actores políticos, los medios de comunicación y la sociedad.

Mapa Curricular Específico de Comunicación Política:

7	8	9
<ul style="list-style-type: none">• Ciencia política• Sistema político Mexicano	<ul style="list-style-type: none">• Retórica• Imagen y mercadotecnia política• Análisis del discurso• Taller de media Trainig	<ul style="list-style-type: none">• Movimientos sociales• Estudios de opinión• Estrategia política• Observatorio político de medios